

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis era global adalah menciptakan dan mempertahankan jamaah yang puas dan loyal. Jamaah menjadi jawaban atas semua apa yang dilakukan oleh perusahaan, terutama pada perusahaan jasa yang menjadikan layanan sebagai senjata saat mendapatkan jamaah sebagai target perusahaan. Kepuasan pelanggan mendapat perhatian penuh pada perusahaan jasa yang akan berujung pada pembelian ulang pada produk perusahaan tersebut, sehingga perusahaan harus berpikir ulang untuk menyusun setiap strategi agar kepuasan pelanggan akan tetap seperti apa yang perusahaan inginkan.

Produk atau jasa dari perusahaan tersebut berkualitas, namun mempunyai reputasi perusahaan, citra perusahaan, dan kualitas pelayanan yang menjadikan jamaah tidak puas maka yang terjadi akan tidak adanya respon yang dilakukan oleh jamaah. Contohnya sudah ada di Indonesia perusahaan yang berada pada bidang jasa yang sempat heboh di seluruh media tanah air. Dengan mengatas namakan biro perjalanan umroh yang memasang tarif di bawah rata-rata yang ditetapkan oleh pemerintah Indonesia. Tidak banyak dari masyarakat yang tahu bahwa perusahaan tersebut telah menelan banyak korban dengan iming-iming harga keberangkatan yang jauh dari peraturan pemerintah. Perusahaan ini nekat beroperasi lantaran travel tersebut dipimpin oleh pasangan suami istri yang mempunyai citra yang baik pada kalangan masyarakat berkat prestasi sang istri yang berprofesi sebagai desainer yang cukup terkenal pada tahun tersebut. Dari

contoh tersebut menggambarkan bahwa reputasi perusahaan, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan akan membawa dampak yang sangat luas apabila sampai salah mengambil langkah, terutama kepada kepuasan jamaah yang telah menggunakan produk dari perusahaan tersebut. Apa tindakan yang dilakukan oleh jamaah setelah mengetahui tiga hal tersebut, dapat menjadi lebih baik bagi kelangsungan hidup perusahaan tersebut, atau bahkan malah menjadi dampak yang buruk bagi perusahaan jika salah dalam menangani tiga hal tersebut.

Menurut observasi awal penulis, PT Pesona Mozaik Surabaya yang telah berdiri sejak September 2014. PT Pesona Mozaik Surabaya telah banyak memberangkatkan jama'ah untuk beribadah umroh, bisa dikatakan bahwa keberangkatan ini juga sebagian dari kepuasan pelanggan untuk menggunakan jasa PT Pesona Mozaik Surabaya.

Tabel 1. 1
DAFTAR JAMAAH UMROH PT PESONA MOZAIK
SURABAYA

Tahun	Jama'ah
2014	62 Jama'ah
2015	122 Jama'ah
2016	139 Jama'ah
2017	118 Jama'ah
Total	441 Jama'ah

Sumber: PT Pesona Mozaik Surabaya (hingga November 2017)

Dalam penelitian ini, peneliti mencari apa yang sebenarnya terjadi dengan adanya penurunan jumlah jamaah umroh pada tahun 2017. Tentunya bukan menjadi harapan jika jumlah jamaah semakin menurun pada tahun berikutnya. Peneliti menduga adanya hubungan dengan reputasi perusahaan,

kualitas pelayanan, dan citra perusahaan yang dilakukan oleh PT Pesona Mozaik Surabaya menjadi penyebab turunnya jumlah jamaah pada tahun 2017 terkait kepuasan yang didapat jamaah.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah reputasi perusahaan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan jamaah umroh pada PT Pesona Mozaik?
2. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan jamaah umroh pada PT Pesona Mozaik?
3. Apakah citra perusahaan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan jamaah umroh pada PT Pesona Mozaik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui signifikansi pengaruh reputasi perusahaan terhadap kepuasan pelanggan jamaah umroh pada PT Pesona Mozaik.
2. Mengetahui signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jamaah umroh pada PT Pesona Mozaik.
3. Mengetahui signifikansi pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan jamaah umroh pada PT Pesona Mozaik.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini dapat berguna untuk :

1. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai penambahan perbendaharaan kepustakaan dan sebagai bahan perbandingan bagi semua mahasiswa dan dapat dijadikan informasi lebih lanjut bagi calon peneliti tentang reputasi perusahaan, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan jamaah haji dan umroh PT Pesona Mozaik di Surabaya.

2. Bagi PT Pesona Mozaik

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan pihak travel sebagai tambahan informasi untuk meningkatkan dan mempertahankan reputasi perusahaan, citra perusahaan dan kualitas pelayanan di Surabaya.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah dalam penyusunan penelitian ini dan untuk memperjelas maksud dan tujuannya, maka peneliti membuat sistematika penulisan melalui beberapa tahapan yang selanjutnya dijabarkan dalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua ini menjelaskan tentang bagaimana penelitian dari peneliti terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan yang terakhir hipotesis penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga ini memperjelas tentang rancangan penelitian, batasan penelitian yang menjelaskan tentang variabel-variabel yang akan diteliti, setelah itu identifikasi variabel, definisi operasional, dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, selanjutnya data dan metode pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Menjelaskan mengenai gambaran subyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan uji data pada penelitian pengaruh reputasi perusahaan, kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan jamaah umroh PT Pesona Mozaik di Surabaya.

BAB V PENUTUP

Menjelaskan mengenai kesimpulan hasil dari data yang dianalisis, keterbatasan peneliti, dan saran untuk perusahaan dan peneliti selanjutnya.